



Implementasi Akad *Mudhārabah Muṭlaqah* Dalam Produk Tabah Terhadap Minat Nasabah Di KSPPS BMT NU Cabang Pragaan

Supriyadi, Moh Zaki

Universitas Al-Amien Prenduan Sumenep

Basyaalbashri15@gmail.com mohzakki99@gmail.com

Abstrak

BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan, memiliki berbagai macam produk tabungan. Kenaikan jumlah pertahun pada 2020 ada 800 nasabah yang sudah bergabung pada Produk Tabungan *Mudārabah*. (TABAH), Pada tahun 2021 ada 1400 nasabah yang sudah bergabung pada produk Tabungan *Mudārabah*. (TABAH), Pada tahun 2022 ada 1700 nasabah yang sudah bergabung pada produk Tabungan (TABAH), Produk TABAH ini menggunakan Akad *Mudharabah Muṭlaqah*. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana Proses Penerapan Akad *Mudhārabah muṭlaqah* dalam Produk TABAH Terhadap Minat Nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan 2. Bagaimana strategi marketing yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan pada produk TABAH. Adapun metode yang digunakan adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari metode ini kemudian peneliti olah dan analisis untuk memperoleh data atau informasi. Subjek penelitian ini diambil dari kepala cabang BMT NU, Bidang Tabungan, Bidang administrasi. Untuk keabsahan data, peneliti mengguakan triangulasi dengan membandingkan data hasil pengamatan dan hasil wawancara. Implementasi dari akad *mudharabah Muṭlaqah* terdapat pada syarat dan alur dalam mekanisme pengelolaannya. Adapun Strategi yang digunakan adalah: 4p (*Product, Price, Place, Promotion*). Dimana produk tabah ini berbeda dengan produk yang lain sehingga sangat menarik untuk diteliti.

Kata kunci : *Mudhārabah Muṭlaqah*, Strategi Marketing, Minat Nasabah.

Abstract

BMT NU East Java Pragaan Branch has a wide range of savings products. The annual increase in 2020 is that 800 customers have joined the *Mudārabah Savings Product*. (TABAH), In 2021 there are 1400 customers who have joined the *Mudārabah Savings product*. (TABAH), In 2022 there are 1700 customers who have joined the Savings product (TABAH), this TABAH product uses Akad *Mudharabah Muṭlaqah*. The problems raised in this plant are: 1. How is the Process of Implementing Akad *Mudhārabah muṭlaqah* in TABAH Products to Customers at KSPPS BMT NU East Java Pragaan Branch 2. How is the marketing strategy carried out by KSPPS BMT NU East Java Pragaan Branch on Tabah products? The methods used are method interview, observation, and documentation. From this method then researchers process and

analyze to obtain data or information. The subject of this study was taken from the head of the BMT NU branch, the Savings Sector, and the Administration Field. For the validity of the data, researchers use tricoagulation by comparing observational data and interview results. Implementing the Mutlaqah Mudharabah contract is contained in the terms and flows in the management mechanism. The strategy used is 4p(Product, Price, Place, Promotion). This steadfast product is different from other products so it is exciting to research.

Keywords: Mudhārabah muṭlaqah, Marketing Strategy, Customer Interest.

Pendahuluan

Seiring dengan bergulirnya sistem perbankan *syariah* pada pertengahan tahun 1990-an, beberapa Lembaga Keuangan *Syariah* (LKS), tumbuh dan berkembang berkembang di Indonesia, Lembaga Keuangan *Syariah* (LKS), menjadi peranan utama sebagai lembaga ekonomi Islam berbasis *Syariah*.¹ Berdirinya Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS), adalah bentuk penerapan dari umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalah dalam hukum ekonomi Islam yang selanjutnya dipresentasikan dalam bentuk pranata ekonomi Islam sejenis Lembaga Keuangan Syari'ah Bank dan non Bank.²

Secara umum, Lembaga Keuangan *Syariah* yang muncul di Indonesia mengadopsi atau mengkonvergensi dengan institusi keuangan yang lebih dulumuncul di ekonomi konvensional.³ Lembaga Keuangan *Syariah* adalah lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip *syariah* yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang oleh Islam, kemudian menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam atau yang lazim disebut dengan prinsip *syariah*. Atau, Lembaga Keuangan *Syariah* merupakan sistem norma yang didasarkan ajaran Islam.⁴

Ada dua jenis Lembaga Keuangan *Syariah* yaitu Lembaga Keuangan *Syariah* berupa Bank dan non Bank. Lembaga Keuangan *Syariah* yang berupa Bank terdiri dari

¹ Holilir Rahman, Madhar Amin, and Mustaminah, 'Islamic Education Marketing Management', *LECTURES: Journal of Islamic and Education Studies*, 3.1 (2024), 54–64 <<https://doi.org/10.58355/lectures.v3i1.81>>.

² Syamsuir, "Lembaga Keuangan Islam Non Bank," *LAIN Batu Sangkar*, vol.15 (2015).94.

³ Harjoni Harjoni, 'Strengthening the Green Economy for Developing Countries through the Implementation of Maqasid *Syariah*', *Islamiyyat*, 46.1 (2024), 45–55 <<https://doi.org/10.17576/islamiyyat-2024-4601-04>>.

⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017). 1-2.

Bank *syariah* sedangkan lembaga keuangan non Bank yaitu BMT atau Baitul Mal wat Tamwil.⁵ Adanya Lembaga keuangan syariah ini sangat membantu kemajuan ekonomi umat Islam,⁶ utamanaya BTM yang selalu melayani industri bisnis syariah sampai ke akar terkecil seperti di pasar tradisional.

BMT merupakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM), yang berdasarkan prinsip-prinsip *syariah*. Lembaga ini didirikan dengan tujuan untuk membantu masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan Bank, adapun Prinsip operasinya berlandaskan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*Ijarah*), dan titipan (*wadi'ah*).⁷ Serta produk unggulannya adalah murabahah yang diberikan kepada usaha-usaha yang Amanah dalam berbisnis.⁸ Bahkan sampai ada pemberian pembiayaan tanpa agunan dalam mendukung usaha para nasabah Lembaga keuangan syariah.

Adapun akad-akad tersebut adalah : Pada sistem operasional BMT, pemilik dana menanamkan uangnya di BMT tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Secara singkat *Muḍārabah*. atau modal adalah penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan⁹ *Muḍārabah*. merupakan akad antara dua pihak (orang), saling menanggung, salah satu pihak menyerahkan hartanya kepada pihak lain untuk diperdagangkan dengan bagian yang telah ditentukan dari keuntungan dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.¹⁰

Muḍārabah. memiliki dua jenis yaitu, *Muḍhārabah muṭlaqah* dan *Muḍārabah muqayyadah*.¹¹ *Muḍhārabah muṭlaqah* merupakan dimana sohibul maal memasrahkan penuh kepada pengelola (*Mudharib*), dalam mempergunakan dana tersebut dalam usaha yang dianggapnya baik dan menghasilkan. Akan tetapi pengelola tetap bertanggung jawab dalam penerapannya, sesuai dengan praktek kebiasaan usaha yang

⁵ Mohammad Ghozali dan Roifatus Syaquiti, "Analisis sistem Lembaga Keuangan Syariah dan lembaga keuangan konvensional" (2018). 19-23.

⁶ Daniel Ilahi Roby, Mujibno, 'Skema Penerapan Qardh Hasan Di LKMS Alpend Barokah Mandiri Dalam Pemberdayaan Masyarakat', *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.2 (2021), 39–44.

⁷ Zaid Raya Argantara and others, 'Implementasi Service Excellent Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Bprs Kcp Pragaan', *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3.1 (2022), 73–82 <<https://doi.org/10.28944/masyrif.v3i1.671>>.

⁸ Iqbal Rafiqi, Miftahul Ulum, and Moh Helmi Hidayat, 'Risk Mitigation Strategy in Financing Without Collateral at PT . BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan', *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 5.2 (2023), 94–104.

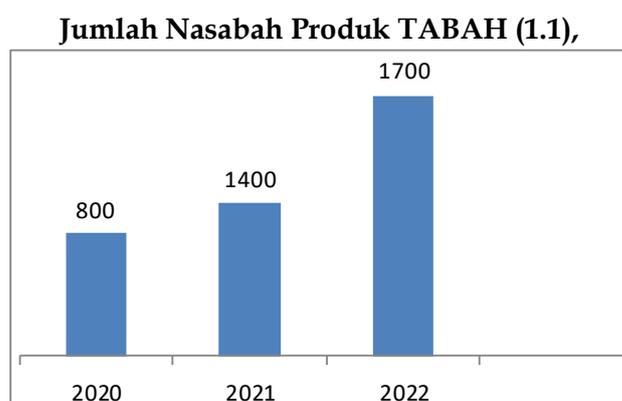
⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007). 60.

¹⁰ Masse Ambo Rahman, "Konsep mudharabah antara kajian fiqh dan penerapan perbankan," *LAIN Pare* (2010). 77.

¹¹ Supriyadi, 'Implementasi Akad Rahn (Studi Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Sumenep)', *Economic , Bisnis*, 1.1 (2021), 1–20.

sehat (*Uruf*).¹² Pada prinsipnya, pemilik modal tidak diperbolehkan mengelola persekutuan secara mutlak. Akan tetapi pihak *mudahrib* lah yang berhak mengelola, sebab *Muḍārabah*. merupakan pencampuran antara badan pengelola (pekerja), dengan modal, tetapi bukan pemilik modal. Sehingga pemodal layaknya pihak yang berada di luar persekutuan (*Syirkah*).¹³

BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan, memiliki berbagai macam produk tabungan. Akan tetapi, yang banyak diminati oleh masyarakat adalah Tabungan TABAH yang menggunakan akad *Muḍhārabah muṭlaqah*. Tabungan TABAH yaitu tabungan yang setoran dan penarikannya bisa dilakukan kapan saja, Artinya tidak terikat waktu tertentu untuk setoran dan penarikannya. Hal ini menjadi salah satu strategi bersaing secara kompetitif merebutkan hati para nasabah dan calon nasabah.¹⁴



Data di atas ini menunjukkan angka pertahun kenaikan nasabah atau orang yang bermitra di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan pada Produk TABAH dengan menggunakan akad *Muḍārabah. Muṭlaqah*. Kenaikan jumlah pertahun pada 2020 ada 800 nasabah yang sudah bergabung pada Produk Tabungan *Muḍārabah. (TABAH)*, Pada tahun 2021 ada 1400 nasabah yang sudah bergabung pada produk Tabungan *Muḍārabah. (TABAH)*, Pada tahun 2022 ada 1700 nasabah yang sudah bergabung pada produk Tabungan (TABAH), Dari data di atas maka bisa dibuktikan bahwa Produk ini semakin diminati oleh masyarakat dari tahun ke tahun.

¹² Hidayati Nasrah, “Analisis akad mudharabah di perbankan syariah,” *UIN Sultan Syarif Kasim Riau* (2015). 19.

¹³ Fariz Al-Hasni, *Akad mudharabah muṭlaqah dalam praktik perbankan syariah*, vol. IX (UIN Mataram, 2017). 209.

¹⁴ Iqbal Rafiqi, ‘Competitive Advantage Gadai Emas Syariah Pada Masa Transisi Covid-19 Di Bank Syariah Indonesia Kcp. Sumenep Trunojoyo 1’, *Assyrikah: Journal of Islamic Economic Business*, 3.2 (2022), 179–90 <<https://doi.org/10.28944/assyarikah.v3i2.831>>.

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan, menarik untuk diteliti tentang produknya yaitu produk TABAH, yang dalam hal ini menggunakan akad *Muḍārabah muṭlaqah*.¹⁵ Oleh karena itu, segala mekanismenya dan implementasinya apakah sudah sesuai dengan sumber hukum yang berlaku atau tidak. karena, biasanya dalam penerapan antara teori dan praktek berbanding terbalik dalam pelaksanaannya, bagaimana jika penarikan yang dilakukan oleh *shahibul maal* dalam waktu yang sangat singkat, apakah masih bisa mendapat pembagian hasil, mengingat Produk TABAH ini bisa ditarik kapan saja, serta bagaimana pengelolaan produk tabah ini

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Implementasi akad *Muḍhārabah muṭlaqah* dalam produk TABAH terhadap minat nassabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan”

Tinjauan Literature

1. Pengertian Strategi

Strategi menurut kamus bahasa Indonesia adalah “cara/ siasat” .¹⁶ Secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah di tentukan. Strategi juga bisadipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.¹⁷

2. Pemasaran

Tinjauan marketing yang sederhana : 4 P

a. Product

Produk (*product*), menurut Stephen Dann (2007) produk adalah semua barang yang dapat menyampaikan nilai yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya terdiri dari produk diri dan produk pelengkap. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) produk atribut meliputi kualitas, fitur, desain dan gaya produk: Quality, Mix/Jenis Product, Brand, Pachege.

¹⁵ “Brosur KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur,” 2023.

¹⁶ Ahmad A.K Muda, *Kamus Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, 2020, 386

¹⁷ Randi Ahmad, Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Budi Daya Ikan Lele Mitra Multi Tani Lestari Di Desa Lambusa Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan), Skripsi Ekonomi Bisnis Islam, 2019, 11 Diakses pada tanggal 1 mei 2021

b. Price

Diarahkan pada market segment (Target konsumen) dalam pricing ada yang menjadi : lower dan follower.

c. Promotion

Menurut Cannon Perreault dan Carthy (2008) kegiatan promosi mencakup *personal selling*, *mass selling* dan *sales promotion*. Yang masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut : *Personal Selling* yaitu melibatkan pembicaraan langsung dalam komunikasi antara penjual dan pembeli potensial. *Mass Selling* adalah komunikasi dengan konsumen dalam jumlah besar pada waktu yang Bersama dan *Sales Promotion* merupakan kegiatan yang untuk merangsang minat atau pembelian oleh konsumen.

d. Tempat

Tempat menjadi salah satu unsur bauran pemasaran yang tidak kalah penting dari unsur yang lain, karena tempat yang strategis dapat menentukan ramai atau tidaknya pengunjung yang dapat mendukung perusahaan berjalan dengan maksimal. Tempat juga berfungsi untuk memajukan barang-barang jualannya, sehingga memungkinkan konsumen melihat secara langsung apa saja produk yang diproduksi atau dijual, baik dari jenis bahan maupun harganya.¹⁸ Maka tempat sangat menentukan dalam berbisnis, jika tempatnya tepat maka bisa mendatangkan banyak pelanggan dan laba perusahaan.¹⁹

3. Akad

Akad berasal dari *al-Aqd* yang artinya perikatan atau perjanjian.²⁰ Akad sebagai suatu istilah dalam hukum ekonomi *syariah* merupakan pertemuan *ijab* yang diajukan oleh salah satu pihak dengan *qabul* dari pihak lain yang menimbulkan akibat hukum pada objek akad.

Menurut UU RI Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 (13), tentang Perbankan *Syariah*, dijelaskan bahwa akad merupakan kesepakatan tertulis antara Bank *Syariah* dan

¹⁸Putri Nur Amajida, Hj. Erni Alfisah, Teguh Wicaksono, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Percetakan Cv. Az Print Banjarmasin", hlm.5

¹⁹ Zaid Raya Argantara, Mujibno, Eko Priyojadmiko, 'Pengaruh Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Melalui Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi', *LENTERA*, 20.2 (2021), 276–88.

²⁰ Laudia Tysara, "Pengertian Akad adalah Pertalian Ijab dan Kabul, Ketahui Rukun, Syarat, dan Macamnya," 13 Januari 2022, diakses 15 September 2022, <https://m.liputan6.com/hot/read/>.

pihak lainnya yang memuat adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip Islam.²¹

4. Muḍārabah.

Secara terminologi *Muḍārabah*. adalah bentuk kontrak (perjanjian), antara pemilik modal (*shahibul maal*), dan pengguna dana (*Mudharib*), untuk digunakan pada aktivitas yang produktif dimana keuntungan dibagi kedua belah pihak antara pemilik modal dan pengelola dana. Apabila terjadi kerugian ditanggung oleh pemilik modal, jika kerugian itu terjadi dalam keadaan normal, pemodal (*shahibul maal*), tidak boleh intervensi kepada pengelola dana (*Mudharib*), dalam menjalankan usahanya.²²

Pembiayaan *Muḍārabah*. Merupakan akad pembiayaan antara bank *syariah* (*shahibul maal*), dan nasabah (*Mudharib*), untuk melaksanakan kegiatan usaha, dimana bank *syariah* memberikan modal seluruhnya dan nasabah menjalankan usahanya.²³ Keuntungan atas pembiayaan *Muḍārabah*. akan dibagi antara bank *syariah* dan nasabah dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati kedua belah pihak pada saat akad dalam pembiayaan *Muḍārabah*.

5. Jenis-jenis *al-Muḍārabah*.

Secara umum, *Muḍārabah*. terbagi menjadi dua jenis :*Muḍārabah. muthlaqah* dan *Muḍārabah. muqayyadah*.

a. *Muḍārabah. Muthlaqah*

Dalam segi transaksi *syariah*, Anda akan menemukan istilah akad *Muḍhārabah muṭlaqah* . Salah satu jenis akad *Muḍārabah*. berdasarkan transaksinya ini mengacu pada jenis usaha yang diajukan oleh pengelola modal kepada pemilik modal. Dalam pengertian akad ini, akad *Muḍhārabah muṭlaqah* berperan sebagai acuan kepada pemberi modal untuk tidak menentukan jenis usaha apa yang akan dilakukan oleh pengelola modal nantinya. Pihak pemilik modal hanya perlu memastikan pemberian modal usaha dapat berjalan dengan lancar. Berdasarkan perjanjian yang sudah disepakati, akad *Muḍhārabah muṭlaqah* adalah bukti kerja sama sah yang

²¹ Marlina Fitri Suryani, “Penerapan Akad Mudharabah Muthlaqah Pada Tabungan Mabruur Di PT. Bank Syariah Mandiri KCU Ahmad Yani Medan” (t.t.).

²² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari’ah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012). 195.

²³ Susi Indriyani, Mujibno, ‘Analisis Alur Pembiayaan Bermasalah Terhadap Kinerja Keuangan Di BPRS Bhaksi Sumekar Cabang Peragaan’, *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08.01 (2021), 107–25 <<http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>>.

akan mengatur juga terkait bagi hasil atau nisbah yang akan diterima oleh pemilik modal nantinya.²⁴

b. *Muḍārabah. Muqayyadah*

Muḍārabah. Muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted Muḍārabah*. atau *specified Muḍārabah*. adalah kebalikan dari *Muḍārabah. muthlaqah*. *Mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha. *Muḍārabah. Muqayyadah Shahibul maal* memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya. *Mudharib* hanya bisa mengelola dana tersebut sesuai dengan batasan yang diberikan oleh *shahibulmaal*.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif,²⁵ karena penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana penerapan akad *Muḍārabah muṭlaqah* dalam produk tabungan TABAH terhadap minat nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan Jawa Timur Cabang Pragaan Yaitu pendekatan dengan menganalisa data-data atau kalimat yang dipisah sesuai dengan kategori yang ada. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Field Research*, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara langsung mengenai penerapan akad *Muḍārabah muṭlaqah* pada produk tabungan TABAH di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.²⁶ Sumber Data Primer merupakan sumber data utama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur maupun alat pengambilan data langsung pada subjek dengan sumber informasi yang dicari.²⁷ Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari informan dengan melakukan wawancara dan observasi kepada kepala cabang, bagian keuangan dan admin, bagian tabungan, *Shohibul mall*. Dokumentasi didapat peneliti dari sumber yang sudah tersedia seperti laporan BMT.

²⁴ “Akad Mudharabah adalah Salah Satu Akad yang Perlu Anda Ketahui” (CIMB NIAGA, 1 Juli 2023), diakses 1 Juli 2023, <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/perencanaan/akad-mudharabah-adalah-salah-satu-akad-yang-perlu-anda-ketahui>.

²⁵ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan, Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020).

²⁶Ibid., 18.

²⁷Isnaeni Nurul Awalia, “Penerapan Akad Mudharabah Muthlaqah Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Cabang Pematang,” 18.

Hasil Dan Pembahasan

Implementasi Akad *Mudhārabah Muṭlaqah* Dalam Produk Tabah Terhadap Minat Nasabah Di KSPPS BMT Nu Cabang Pragaan

a. Syarat

- 1) Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Hidayatullah Selaku bagian tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan yang menyatakan:

Persyaratannya fotocopy KTP fotocopy KK Foto wajah, Dan uang untuk saldo Awal dan Admin selamanya biasanya kalo proses daftar seain dokumen itu jugak uang 30.000 10.000 uang admininstrasi se umur hidup 20.000 masuk saldo awal, kenapa harus 30.000 karna otomatis jugak akan mendapatkan tabungan SIAGA.

Maksud wawancara di atas adalah untuk menjadi mitra pada produk TABAH maka harus terdaftar di produk SIAGA terlebih dahulu, dengan jumlah biaya 30.000 yang mana 20.000 masuk saldo dan 10.000 biaya administrasi pembukaan tabungan SIAGA.

- 2) Temuan juga didapat pada penerapan akad Mudharabah Mutlaqah dimana dalam hal ini menajadi kerja sama yang sifatnya kebebasan kepada pihak pengelola dan keuntungannya dibagi dua dengan pembagian 60% dan 40%. Hal ini dikuatkan oleh Bapak Hidayatullah:

Jadi seperti ini mas pertama anggota produk TABAH menabung atau menanamkan modalnya kepada kami lalu kami melakukan usaha untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi mas usaha itu tidak ditentukan oleh anggota produk tabah lalu kami dengan pembagian hasilnya 60% untuk BMT dan 40% untuk anggota

- 3) Teori yang sama juga terdapat pada Produk tabungan TABAH memiliki bagi hasil paling rendah dari pada jenis tabungan lain karena penarikannya bisa sewaktu waktu. Bagi hasil tabungan TABAH sebesar 40%. kemudian di bagikan kepada seluruh nasabah dengan berdasarkan saldo masing-masing nasabah. Jika saldo yang dimiliki nasabah tinggi maka bagi hasil yang diperoleh juga tinggi, begitupun sebaliknya jika saldo yang dimiliki nasabah rendah maka bagi hasilnya juga rendah. Akan tetapi, tidak mengurangi presentase yang di berikan oleh BMT NU setiap bulannya. Prosedur

pembuatan tabungan TABAH yang pertama harus menjadi anggota terlebih dahulu, pertama ketika akan membuka tabungan, admin akan membuat tabungan anggota terlebih dahulu baru di buat tabungan TABAH, administrasi awal Rp.30.000 dengan rincian 10.000 masuk di tabungan anggota, 10.000 masuk ke saldo tabungan TABAH dan 10.000 yang terakhir sebagai administrasi.²⁸

Korelasi teori dengan hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa untuk bergabung menjadi anggota tetap perlu melalui prosedur yang sudah ditentukan oleh pihak BMT NU itu sendiri.

b. Alur

1) Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Hidayatullah mengenai alur produk TABAH yaitu :

Jadi seperti ini mas pertama anggota produk TABAH menabung atau menanamkan modalnya kepada kami lalu kami melakukan usaha untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi mas usaha itu tidak ditentukan oleh anggota produk tabah lalu kami dengan pembagian hasilnya 60% untuk BMT dan 40% untuk anggota.

Dari penyampaian diatas bahwa dalam produk TABAH tidak ada pembatasan bagi BMT NU selaku pengelola dana dalam menggunakan modal dari nasabah dan anggota produk TABAH tidak memberikan persyaratan apapun kepada BMT NU dalam melakukan perniagaan atau suatu usaha yang akan dilakukan, pembagian dari modal yang dikelola oleh pihak BMT NU keuntungannya dibagi dua dengan persentase 60% dan 40%.

Imbuhnya Bapak Hidayatullah mengatakan bahwa pengambilan di produk tabah seperti berikut :

Sebenarnya untuk pengambilan itu kalau nabung sama saya hari sabtu dan mau diambil hari sabtu jugak itu langsung ada, kenapa demikian kami petugas tabungan itu menyediakan uang minimal 3.000.000.00 ketika butuh mendadak langsung, itu bagian dari pelayanan kami bagi hasil tetap dapat tapi seperti yang sudah saya sampaikan kalau saldonya kecil maka kecil jugak yang didapatkan.

²⁸ Muhammad Helmi, "Prosedur Pembuatan Tabungan Produk TABAH," Elektronik, 28 Juni 2023, BMNT NU CABANG PRAGAAN.

- 2) Temuan lain juga didapat pada penerapan akad Mudharabah Mutlaqah dimana dalam hal ini menajadi kerja sama yang sifatnya kebebasan kepada pihak pengelola artiya nasabah tidak menentukan prihal usahanya.
- 3) Teori terkait dengan alur juga di jelaskan di kerangka teori seperti berikut :

Dari Skema di atas menjelaskan bahwa dalam *Mudhārabah muṭlaqah* tidak ada pembatasan bagi *Mudharib* atau Pengelola dana, dalam menggunakan dana yang dihimpun, Shaibul mall atau pemilik modal tidak memberikan persyaratan apapun kepada *Mudharib* mengenai perniagaan atau suatu usaha yang akan dilakukan oleh *Mudharib* atau pengelola dana, dari penerapan *Mudhārabah muṭlaqah* ini di kembangkan produk Tabungan *Mudārabah*. (TABAH),²⁹

Korelasi teori dan data hasil penelitian adalah dalam hal ini, BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan sebagai pengelola dana dan nasabah sebagai pemilik dana, dimana nasabah memberikan hak sepenuhnya atas pengelolaan dana tersebut kepada BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan, dan nasabah memperoleh nisbah dari pendapatan yang diperoleh BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.

Strategi Marketing yang dilakukan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan pada produk TABAH

Pada pembahasan ini, peneliti akan membahas tentang bagaimana strategi marketing yang dilakukan BMT NU Cabang Pragan ialah menggunakan strategi marketing mix dikenal dengan 4 P yaitu Produk, harga, promosi, dan tempat. Strategi yang dilakukan oleh marketing Lembaga keuangan syariah sangatlah penting karena itu akan menjadi ujung tombak dalam melayani nasabah.³⁰

1) Produk

- a) wawancara dengan yang dinyatakan Bapak Arifin selaku kepala Cabang:

BMT NU Cabang Pragaan mempunyai delapan produk tabungan yaitu, SIAGA (Simpanan Anggota) SIDIK Fatthonah,

²⁹ “Brosur KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur.”

³⁰ Mujibno and Sasi Rohmah Awalía, ‘Marketing Strategy of Sharia Pawn Products in Attracting Customer Interest’, *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syaria’ah & Bisnis Islam*, 9.2 (2022), 93–101 <<https://doi.org/10.54956/eksyar.v9i2.348>>.

SAJADAH, SIBERKAH, SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah), SABAR, (Simpanan Lebaran), TABAH, (Tabungan Mudharabah), TARAWI (Tabungan Ukhrawi)³¹

- b) Temuan terkait produk yaitu di BMT NU mempunyai 8 Produk dimana pada setiap produk mempunyai keunggulan tersendiri, keunggulan yang ditemukan pada produk TABAH ini yaitu pada mekanisme pembagian dan pengambilannya yaitu bisa di ambil kapan saja.
- c) Produk (*product*), menurut Stephen Dann (2007) produk adalah semua barang yang dapat menyampaikan nilai yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya terdiri dari produk diri dan produk pelengkap. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) produk atribut meliputi kualitas, fitur, desain dan gaya produk.³²

Dapat di simpulkan bahwa produk merupakan nilai jual pasar kepada khalayak masyarakat secara luas. Tawaran yang menarik akan menjadi pemikat kepada masyarakat.³³

2) Harga

- a) Wawancara terkait dengan penetapan harga di BMT NU Cabang Pragaan pada produk TABAH, seperti yang disampaikan oleh bapak Hidayat :

Pertama kita harus mengetahui sistem dari tabungan tabah ataupun tabungan mudharabah ini yaitu keistimewanya kita bisa menabung minimal 2.500, kedua tabungan bisa diambil kapan saja kalau berbicara dengan akad ketika proses nabung kita sampaikan bahwa akad ke tabungan tabah atau tabungan mudharabah ini adalah tabungan mudharabah dan dengan akad bisa di ambil kapan saja dan minimal nabung 2500.³⁴

³¹ Wawancara dengan bapak Arifin, selaku kepala cabang, BMT NU Cabang Pragaan, Pakamban Laok 28 November 2023.

³² Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Yrama Widya, 2006), 125

³³ Iqbal Rafiqi and Annisa, 'Determinants of Profitability of Islamic Commercial Banks in Indonesia With Third-Party Funds As a Moderating Variable', *Assyarikah : Journal of Islamic Economic Business*, 4.1 (2023), 75–90.

³⁴ Wawancara dengan bapak Hidayaturrahim, selaku bidang Tabungan, BMT NU Cabang Pragaan, Pakamban Laok 28 November 2023.

Kesimpulannya produk TABAH ini minimal nabungnya 2.500 dan pembagian hasilnya setiap bulan banyak saldo menentukan banyaknya pembagian hasilnya.

- b) Temuan yang diperoleh oleh peneliti dimana dalam pembagian hasil yang terdapat pada praktek akad mudharabah mutlaqah ini bisa terbilang kecil dan pengelolanya harus benar-benar termenejemen oleh pihak BMTNU disatu sisi karena dalam produk TABAH ini bisa diambil kapan saja dan juga setoran yang sangat kecil.
- c) Teori terkait harga diarahkan pada market segment (Target konsumen) dalam pricing ada yang menjadi : lower dan follower³⁵

Jadi korelasi data dan temuan dengan teori tersebut yaitu pada segmen konsumen untuk menjadi pemikat pada setiap nasabah.

3) *Promotion* (Promosi)

Strategi yang digunakan oleh BMT NU Cabang Pragaan dalam memasarkan produk TABAH ini, yakni menggunakan brosur dan sosialisasi langsung kepada masyarakat.

- a) Bapak Hidayatullah selaku bagian tabungan menyampaikan terkait promosi untuk merekrut nasabah :

Simple sebenarnya saya langsung katakana buk marik nabung di tabungan TABAH, sampean ketika butuh mendadak dari pada sampean ikut arisan tidak jelas kapan dapatnya mending sampean nabung di tabungan TABAH."³⁶

kami memasarkan produk TABAH melalui brosur akan tetapi kami lebih inten kepada sosialisasi secara langsung kepada masyarakat baik itu secara individu maupun melalui perkumpulan"³⁷

- b) Menurut Cannon Perreault dan Carthy (2008) kegiatan promosi mencakup *personal selling*, *mass selling* dan *sales promotion*. Yang masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut : Melibatkan pembicaraan langsung dalam komunikasi antara penjual dan pembeli potensial. Komunikasi dengan konsumen dalam jumlah besar pada

³⁵ Ibid, iwan purwanto..

³⁶ Wawancara dengan bapak Hidayatullah, selaku bidang Tabungan....

³⁷ Wawancara dengan bapak Hidayatullah, selaku bidang Tabungan, BMT NU Cabang Pragaan, Pakamban Laok 28 November 2023.

waktu yang bersama. Kegiatan yang untuk merangsang minat atau pembelian oleh konsumen.³⁸

Teori ini sudah dilakukan oleh pihak BMT NU dengan bukti dari data yang tersusun di paparan data.

4) *Place* (Tempat)

BMT NU Cabang Pragaan berada di Pakamban Laok yang menjadi pusat transaksi pembiayaan atau tabungan : Jadi mas kami bagian tabungan siap menjemput dan atau mengantarkan tabungan anggota Produk TABAH ke rumah, ke Kantor, tempat usaha anda. Intinya tinggal kontak nomor Hp kantor cabang atau nomor Hp karyawan yang nasabah kenal.”³⁹

Disimpulkan penyampaian di atas pihak BMT NU khususnya di bagian tabungan menyatakan bahwa nasabah tidak perlu khawatir mengenai jarak tempuh untuuk kemudian menabung ke BMT NU Pragaan karna pihak BMT NU khusunya dibidang tabungan siap menjemput dan mengantarkan tabungan nasabah.

Alternative yang dapat diambil dalam strategi marketingnya tercapai dengan efektif. Seperti yang terdapat pada produk TABAH banyak diminati oleh nasabah dan bahkan dikatan oleh pihak BMTNU menjadi salah satu tabungan favorit.

Dalam perkembangan zaman tentunya banyak pembaharuan yang perlu dilakukan dalam mempromosikan sebuah produk sehingga bisa mengikat minat nasabah, mengingat bahwa hari ini banyak alternative yang mudah bagi perusahaan untuk mengikat nasabah seperti contoh pengembangan terhadap media, mediasi menjadi ketergantungan bagi setiap orang pada era hari ini jadi perusahaan harus bisa melekat terhadap media yang mulai marak di konsumsi oleh masyarakat. Media yang saya maksud sehingga menjadi alternative adalah : instagram, youtube, tik tok dan tweeter. Hal ini sesuai dengan teori yang sudah saya paparkan yaitu : 4P (product, price, promotion,place).

³⁸ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Yrama Widya, 2006), 125

³⁹ Wawancara dengan bapak Hidayaturrahim, selaku bidang Tabungan..

Penutup

Kesimpulan

Implementasi Akad *Mudarabah Mutlaqah* pada produk TABAH di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan Akad yang diterapkan pada tabungan *Mudarabah* di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan ialah *Mudarabah Mutlaqah* (investasi tidak terikat). Prosedur pembuatan tabungan TABAH yang pertama harus menjadi anggota SIAGA terlebih dahulu. Mekanisme pembagian di produk TABAH ini yaitu 60% bagi pengelola dan 40% bagi anggota dan bagi hasil bisa ditarik kapan saja. Strategi marketing yang dipakai oleh BMT NU Cab Pragaan menggunakan 4p yaitu *product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat). produk TABAH menjadi produk yang sangat diminati karena penawarannya cukup menarik, bisa menabung dengan nominal kecil, dan promosi yang dilakukan yaitu dengan sosiali langsung dan menggunakan media social lainnya. Dari segi tempat cukup strategis namun pada Produk TABAH ini bisa antar jemput dan penarikan bisa ditempat nasabah. Dengan strategi tersebut produk TABAH banyak diminati oleh nasabah dan bahkan dikatakan oleh pihak BMTNU menjadi salah satu tabungan favorit.

Saran

1. Diharapkan kepada BMT NU CABANG PRAGAAN memberikan sebuah tranformasi yang lebih baru terhadap nasabah sehingga dapat mengikat nasabah dengan jangkauan koneksi yang mudah.
2. Dalam melakukan promosi pada produk TABAH DI BMT NU CABANG PRAGAAN memberikan sebuah hal baru dalam pemanfaatan media.

Daftar Pustaka

- Ahmad A.K Muda, *Kamus Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, 2020.
- Akad Mudharabah adalah Salah Satu Akad yang Perlu Anda Ketahui” (CIMB NIAGA, 1 Juli 2023), diakses 1 Juli 2023, <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/perencanaan/akadmudharabah-adalah-salah-satu-akad-yangperlu-anda-ketahui>.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007).
- Argantara, Zaid Raya, Nuris Watun Hasanah, Nurul Annisa, and Zaitur Rohmah, ‘Implementasi Service Excellent Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Bprs Kcp Pragaan’, *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3.1 (2022), 73–82 <<https://doi.org/10.28944/masyrif.v3i1.671>>
- Brosur KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur,” 2023.
- Fariz Al-Hasni, *Akad mudharabah mutlaqah dalam praktik perbankan syariah*, vol. IX (UIN Mataram, 2017).
- Harahap, Nursapia, *Penelitian Kualitatif* (Medan, Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020).
- Harjoni, Harjoni, ‘Strengthening the Green Economy for Developing Countries through the Implementation of Maqasid Syariah’, *Islamiyyat*, 46.1 (2024), 45–55 <<https://doi.org/10.17576/islamiyyat-2024-4601-04>>
- Hidayati Nasrah, “Analisis akad mudharabah di perbankan syariah,” *UIN Sultan Syarif Kasim Riau* (2015).
- Holilur Rahman, Madhar Amin, and Mustaminah, ‘Islamic Education Marketing Management’, *LECTURES: Journal of Islamic and Education Studies*, 3.1 (2024), 54–64 <<https://doi.org/10.58355/lectures.v3i1.81>>
- Ilahi Roby, Mujibno, Daniel, ‘Skema Penerapan Qardh Hasan Di LKMS Alpend Barokah Mandiri Dalam Pemberdayaan Masyarakat’, *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.2 (2021), 39–44
- Indriyani, Mujibno, Susi, ‘Analisis Alur Pembiayaan Bermasalah Terhadap Kinerja Keuangan Di BPRS Bhaksi Sumekar Cabang Peragaan’, *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08.01 (2021), 107–25 <<http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>>
- Isnaeni Nurul Awalia, “Penerapan Akad Mudharabah Muthlaqah Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Cabang Pernalang,”.
- Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Yrama Widya, 2006).

- Laudia Tysara, "Pengertian Akad adalah Pertalian Ijab dan Kabul, Ketahui Rukun, Syarat, dan Macamnya," 13 Januari 2022, diakses 15 September 2022, <https://m.liputan6.com/hot/read/>.
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017).
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012).
- Marlina Fitri Suryani, "Penerapan Akad Mudharabah Muthlaqah Pada Tabungan Mabur Di PT. Bank Syariah Mandiri KCU Ahmad Yani Medan" (t.t.).
- Masse Ambo Rahman, "Konsep mudharabah antara kajian fiqh dan penerapan perbankan," *IAIN Pare* (2010).
- Mohammad Ghozali dan Roifatus Syauqoti, "Analisis sistem Lembaga Keuangan Syariah dan lembaga keuangan konvensional" (2018).
- Muhammad Helmi, "Prosedur Pembuatan Tabungan Produk TABAH," Elektronik, 28 Juni 2023, BMNT NU Cabang Pragaan.
- Mujibno, and Sasi Rohmah Awalia, 'Marketing Strategy of Sharia Pawn Products in Attracting Customer Interest', *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 9.2 (2022), 93-101 <<https://doi.org/10.54956/eksyar.v9i2.348>>
- Putri Nur Amajida, Hj. Erni Alfisah, Teguh Wicaksono, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Percetakan Cv. Az Print Banjarmasin".
- Rafiqi, Iqbal, 'Competitive Advantage Gadai Emas Syariah Pada Masa Transisi Covid-19 Di Bank Syariah Indonesia Kcp. Sumenep Trunojoyo 1', *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 3.2 (2022), 179-90 <<https://doi.org/10.28944/assyarikah.v3i2.831>>
- Rafiqi, Iqbal, and Annisa, 'Determinants of Profitability of Islamic Commercial Banks in Indonesia With Third-Party Funds As a Moderating Variable', *Assyarikah : Journal of Islamic Economic Business*, 4.1 (2023), 75-90
- Rafiqi, Iqbal, Miftahul Ulum, and Moh Helmi Hidayat, 'Risk Mitigation Strategy in Financing Without Collateral at PT . BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan', *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 5.2 (2023), 94-104
- Randi Ahmad, Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Budi Daya Ikan Lele Mitra Multi Tani Lestari Di Desa Lambusa Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan), Skripsi Ekonomi Bisnis Islam, 2019,11 Diakses pada tanggal 1 mei 2021.

- Raya Argantara, Mujibno, Eko Priyojadmiko, Zaid, 'Pengaruh Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Melalui Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi', *LENTERA*, 20.2 (2021), 276-88
- Supriyadi, 'Implementasi Akad Rahn (Studi Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Sumenep)', *Economic , Bisnis*, 1.1 (2021), 1-20
- Syamsuir, "Lembaga Keuangan Islam Non Bank," *IAIN Batu Sangkar*, vol.15 (2015).
- Wawancara dengan bapak Arifin, selaku kepala cabang, BMT NU Cabang Pragaan, Pakamban Laok 28 November 2023.
- Wawancara dengan bapak Hidayaturrahim, selaku bidang Tabungan, BMT NU Cabang Pragaan, Pakamban Laok 28 November 2023.